

平成27年度

県営水道フレンズ
第2回アンケート調査の結果

平成27年11月

神奈川県企業庁

目 次

I. 調査の概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査内容	1
3. 調査対象	1
4. 調査方法	1
5. 調査期間	1
6. 回収状況	1
II. 調査結果の概要	3
(1) 現在お住まいの住宅のタイプ	3
(2) 水道水の直接の飲用状況	4
(3) 水道水のおいしさ	5
(4) 水道水の安全性について	6
(4-1) 安心できる理由	7
(4-2) 不安または浄水器を使用する理由	8
(5) 節水意識	9
(6) 家電・機器の買い替えについて	10
(7) 水道使用量の昨年との比較	11
(7-1) 水道使用量が増加した理由	12
(7-2) 水道使用量が減少した理由	13
(8) 今後の水道使用量について	14
(8-1) 水道使用量が減少する理由	15
(9) 老朽管の更新についての認知度	16
(10) 老朽管の更新についての考え	17
<首都圏 NEW!水道水キャンペーンについて>	
(1) キャンペーンポスターの認知度	19
(1-1) ポスターを見た場所について	20
(1-2) ポスターを見る前の水道水に対する印象	20
(1-3) ポスターの印象について	21
(1-4) 水道水に対する印象の変化	21
(1-5) 水道水の直接飲用への印象の変化	21
(1-6) 水道水の安全性についての印象の変化	22
(1-7) 水道水の大切さについての印象の変化	22
(2) 自由意見	22

I. 調査の概要

1. 調査目的

お客さまの現在抱えている水道への印象を知ることが目的として実施し、今後の水道フレンズの活動や県営水道の広報活動において何を伝えていくべきかを検討する際の参考資料とする。

2. 調査内容

- (1) 現在お住まいの住宅のタイプ
 - (2) 水道水の直接の飲用状況
 - (3) 水道水のおいしさ
 - (4) 水道水の安全性について
 - (4-1) 安心できる理由
 - (4-2) 不安または浄水器を使用する理由
 - (5) 節水意識
 - (6) 家電・機器の買い替えについて
 - (7) 水道使用量の昨年との比較
 - (7-1) 水道使用量が増加した理由
 - (7-2) 水道使用量が減少した理由
 - (8) 今後の水道使用量について
 - (8-1) 水道使用量が減少する理由
 - (9) 老朽管の更新についての認知度
 - (10) 老朽管の更新についての考え
- <首都圏 NEW!水道水キャンペーンについて>
- (1) キャンペーンポスターの認知度
 - (1-1～7) キャンペーンポスターを見た印象
 - (2) 自由意見

3. 調査対象

平成 27 年度県営水道フレンズ 162 人

4. 調査方法

インターネットメール方式（e-かなネット）

5. 調査期間

平成 27 年 9 月 30 日（水）～10 月 30 日（金）

6. 回答率

発送数	162 通
回答数	117 件
回答率	72.2%

<参考>回答者の内訳

当アンケート回答者の内訳は以下の通り

表 1

性別	人数
男性	60
女性	57
計	117

表 2

年代別	人数
20代	7
30代	11
40代	27
50代	16
60代	32
70代以上	24
計	117

表 3

職業別	人数
会社員	19
自営業	4
その他の職業	8
主婦・主夫	31
学生	4
パート・アルバイト	13
無職	37
計	117

表 4

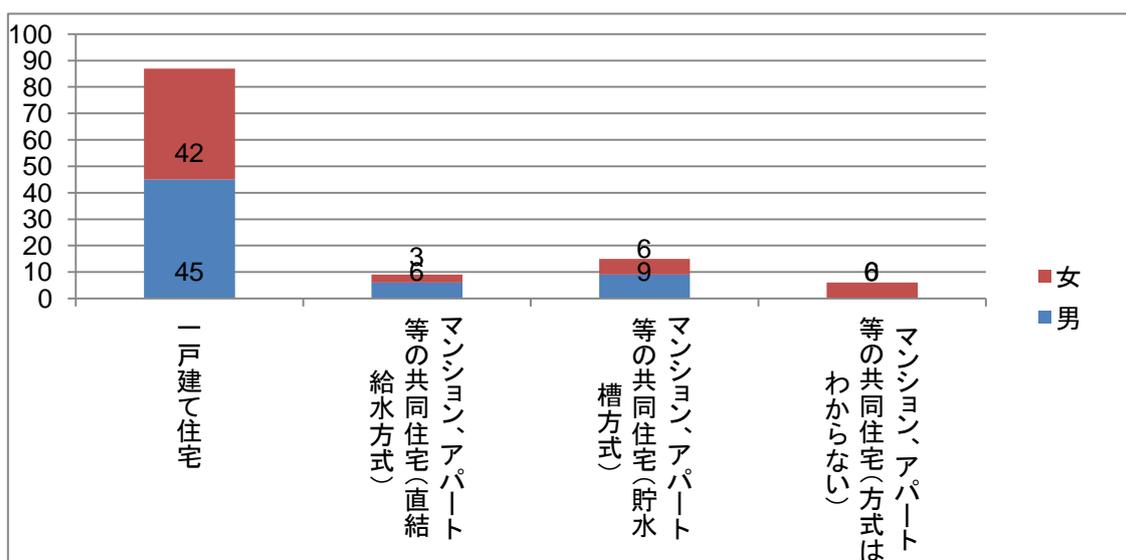
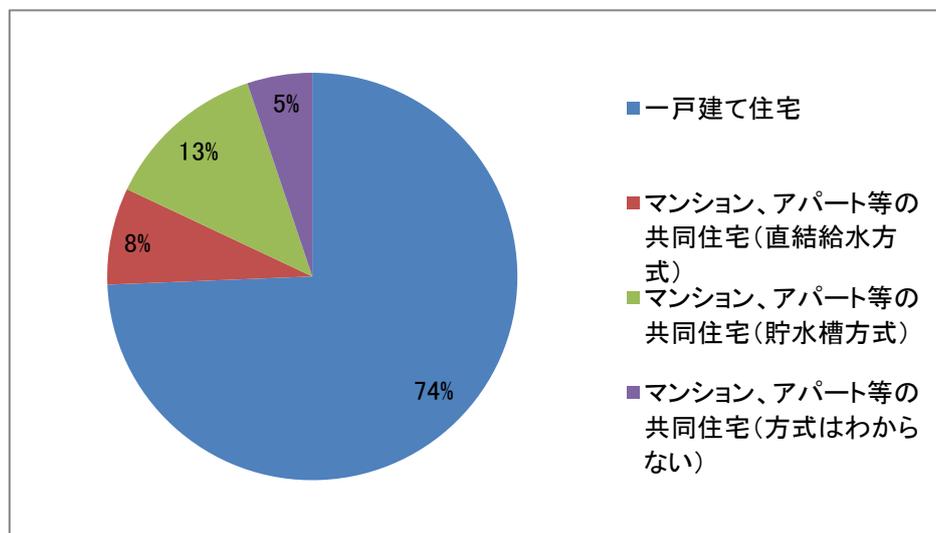
地域別	人数
相模原	39
鎌倉	6
逗子	1
葉山	1
藤沢	20
茅ヶ崎	10
寒川	2
平塚	6
二宮	1
大磯	1
厚木	11
伊勢原	4
海老名	5
大和	9
綾瀬	1
小田原	0
愛川	0
箱根	0
計	117

Ⅱ. 調査結果 速報

<居住住宅の属性>

(1) 現在お住まいの住宅のタイプについて

一戸建て住宅が 87 名（74%）と最も多かった。マンション・アパート等の共同住宅は直結給水方式が 9 名（8%）、貯水槽方式が 15 名（13%）、方式不明は 6 名（5%）となった。



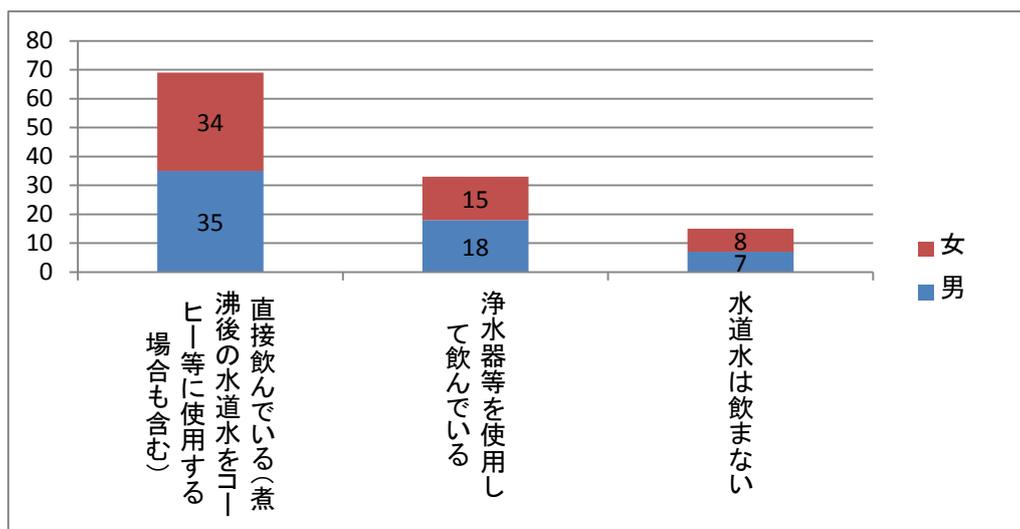
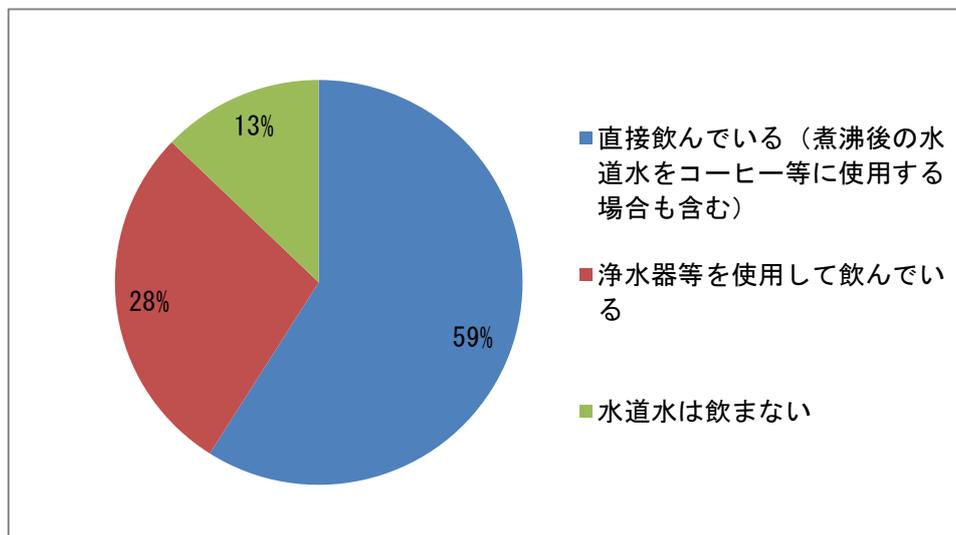
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
一戸建て住宅	5	7	17	11	27	17	3
マンション、アパート等の共同住宅(直結給水方式)	0	2	4	0	1	2	0
マンション、アパート等の共同住宅(貯水槽方式)	1	1	3	4	4	1	1
マンション、アパート等の共同住宅(方式はわからない)	1	1	3	1	0	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

<水道水のイメージについて>

(2) 直接の飲用状況

「ふだん県営水道の水道水を直接飲んでいますか。」

直接飲んでいると回答した人が 69 名 (59%) と最も多く、浄水器等を使用して飲んでいると回答した人が 33 名 (28%) となり、水道水を飲まないと回答した人は 15 名 (13%) であった。

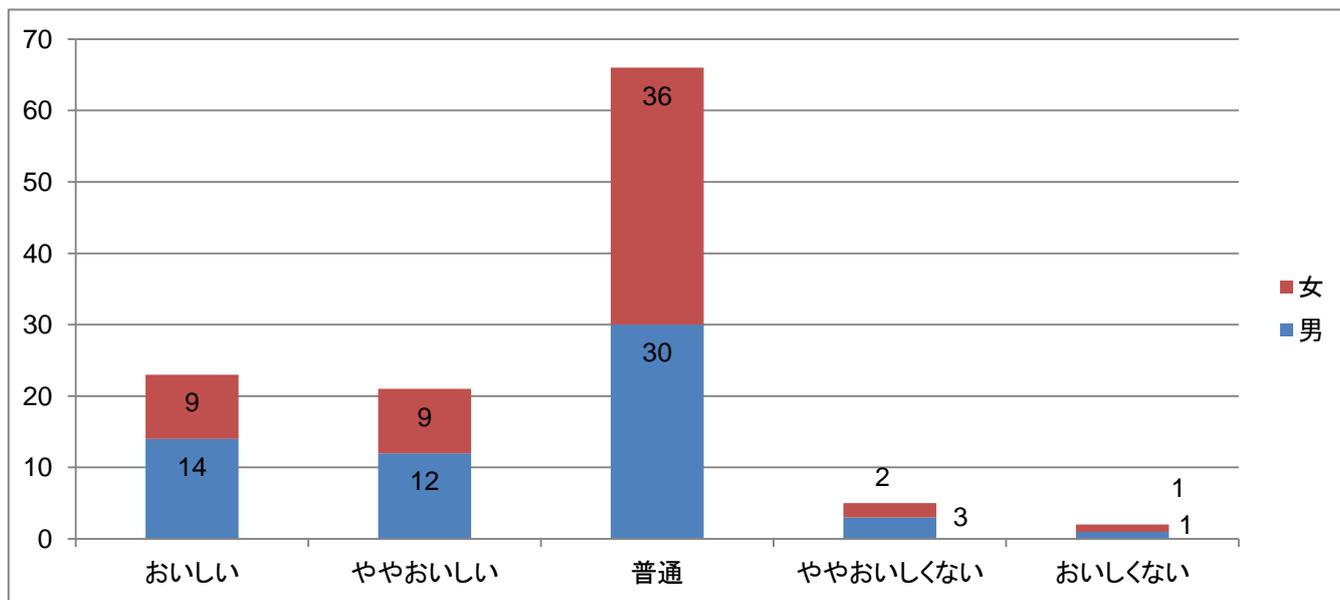
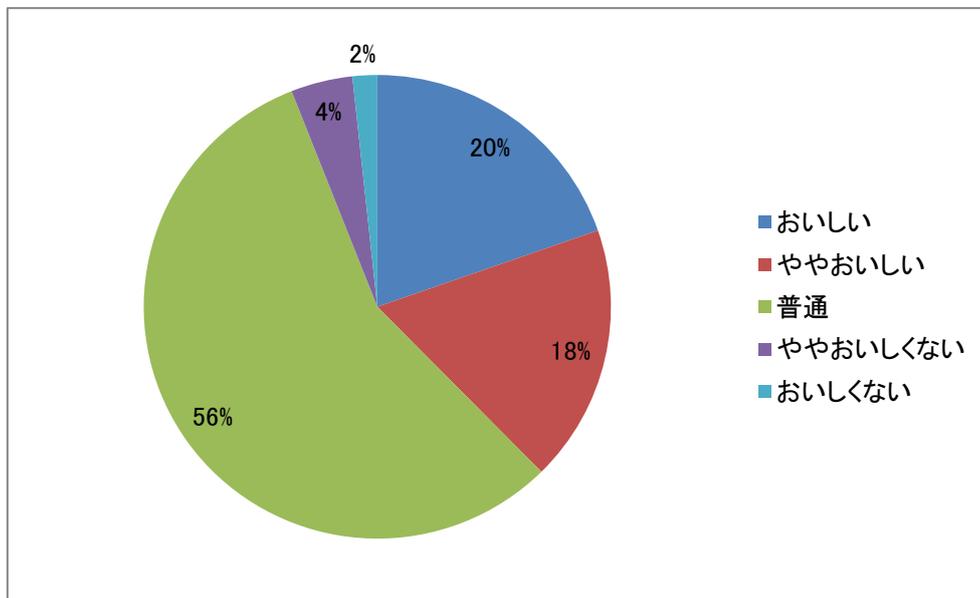


年代	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
直接飲んでいる (煮沸後の水道水をコーヒー等に使用する場合も含む)	4	8	14	6	22	12	3
浄水器等を使用して飲んでいる	1	2	9	7	9	5	0
水道水は飲まない	2	1	4	3	1	3	1
総計	7	11	27	16	32	20	4

(3) 水道水のおいしさについて

「県営水道の水道水をそのまま飲んだ時、おいしいと思いますか。」

普通と回答した人は 66 名 (56%) と最も多く、「おいしい」「ややおいしい」と回答した人は 44 名 (38%)、「ややおいしくない」「おいしくない」と回答した人は 7 名 (6%) となった。

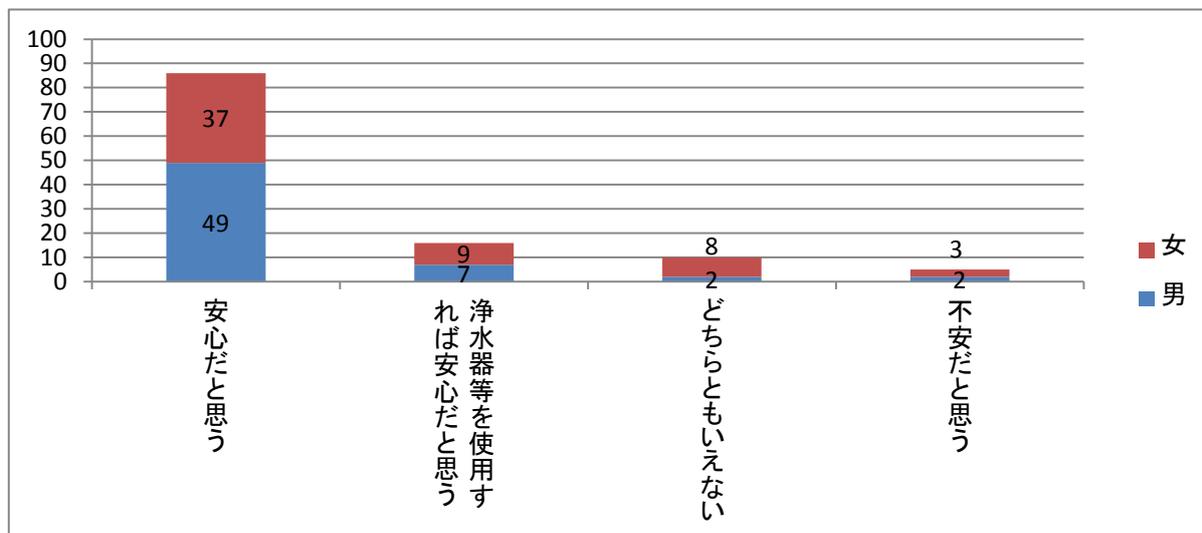
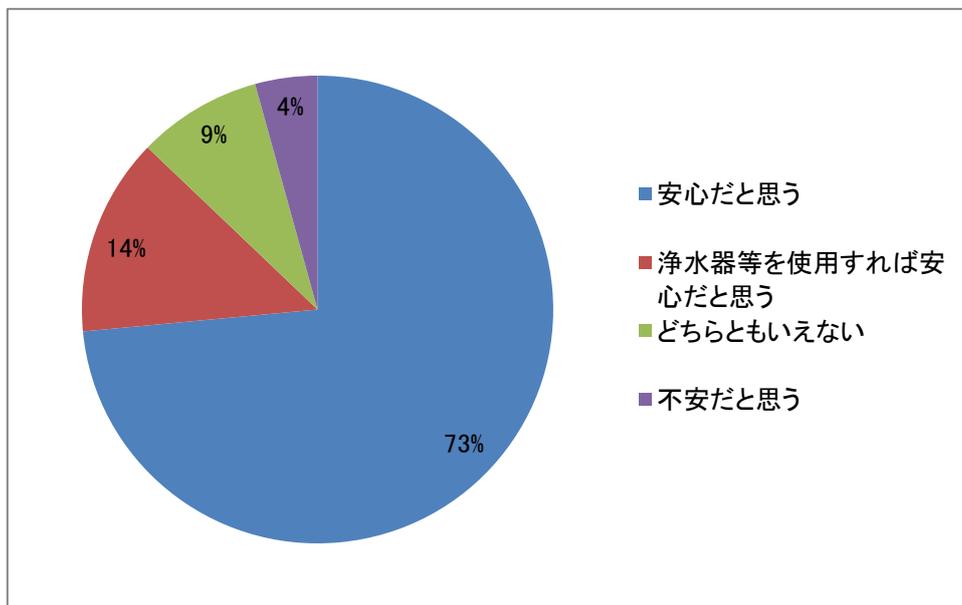


年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
おいしい	1	3	3	2	9	5	0
ややおいしい	0	1	4	1	8	5	2
普通	5	7	19	12	11	10	2
ややおいしくない	1	0	1	0	3	0	0
おいしくない	0	0	0	1	1	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

(4) 水道水の安全性について

「県営水道の水道水の水質は安心だと思いますか。」

安心だと回答した人は 86 名（73%）と最も多く、順に浄水器等を使用すれば安心だと回答した人は 16 名（14%）、どちらともいえないと回答した人は 10 名（9%）、不安だと回答した人は 5 名（4%）となった。



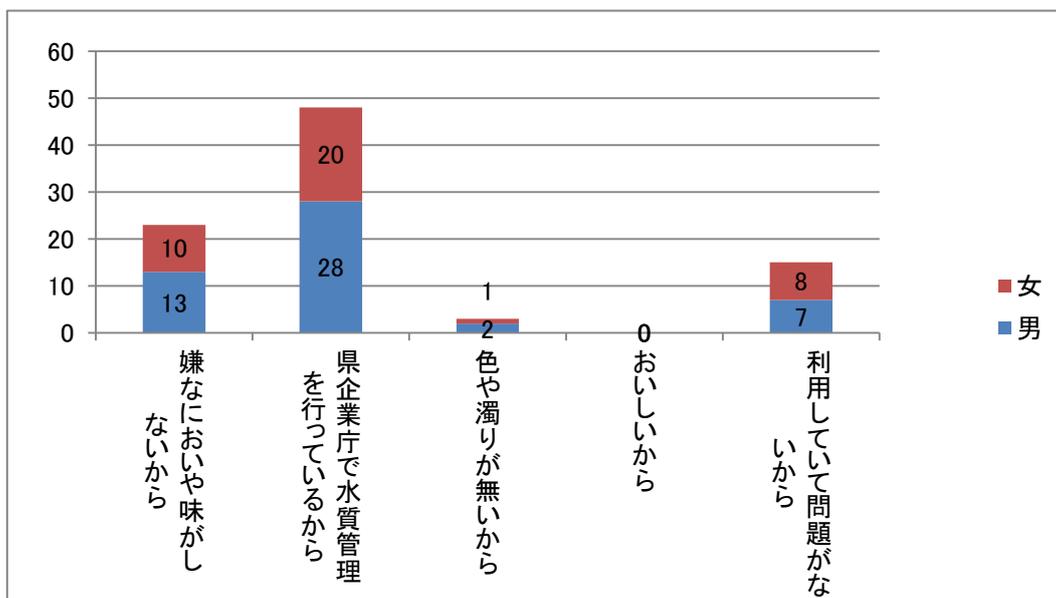
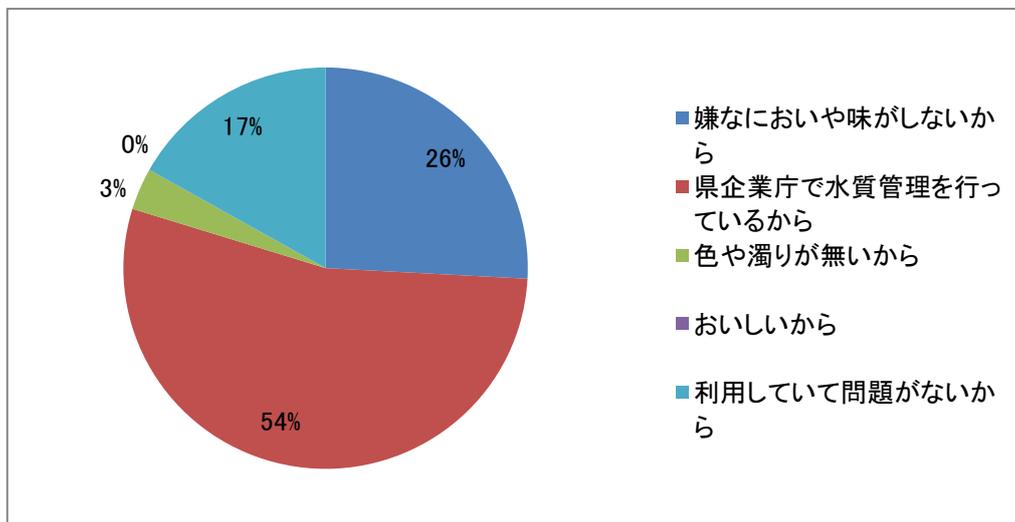
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
安心だと思う	4	5	20	9	25	20	3
浄水器等を使用すれば安心だと思う	2	1	5	3	5	0	0
どちらともいえない	1	3	2	3	0	0	1
不安だと思う	0	2	0	1	2	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

(4-1) 安心できる理由

回答対象：(4)で「安心だと思う」と回答した方 89名

「安心できる理由を、あなたの考えに近いものをお選びください」

県企業庁で水質管理を行っているからと回答した人が 48名 (54%) と最も多く、順に嫌なにおいや味がしないからと回答した人が 23名 (26%)、利用していて問題がないからと回答した人が 15名 (17%)、色や濁りが無いからと回答した人が 3名 (3%) となった。

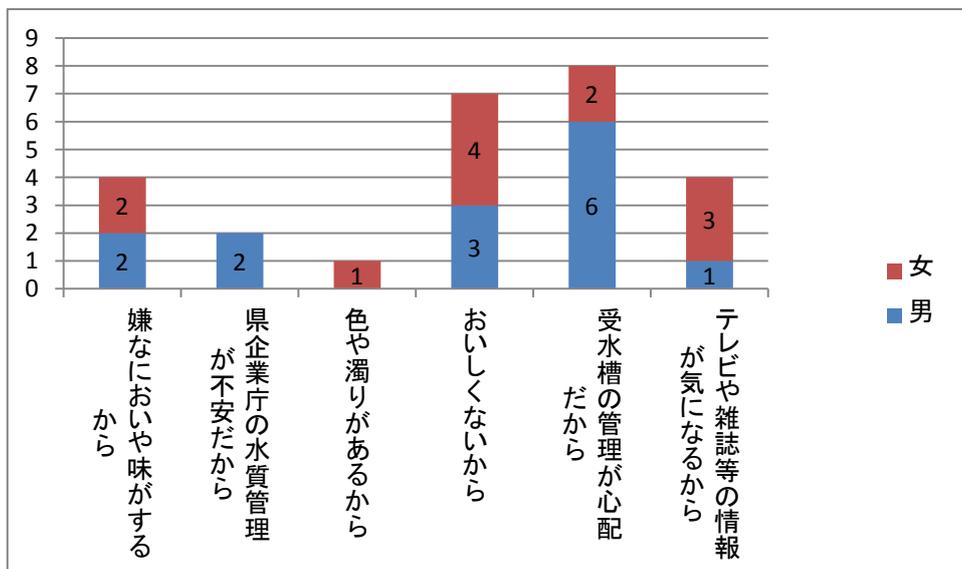
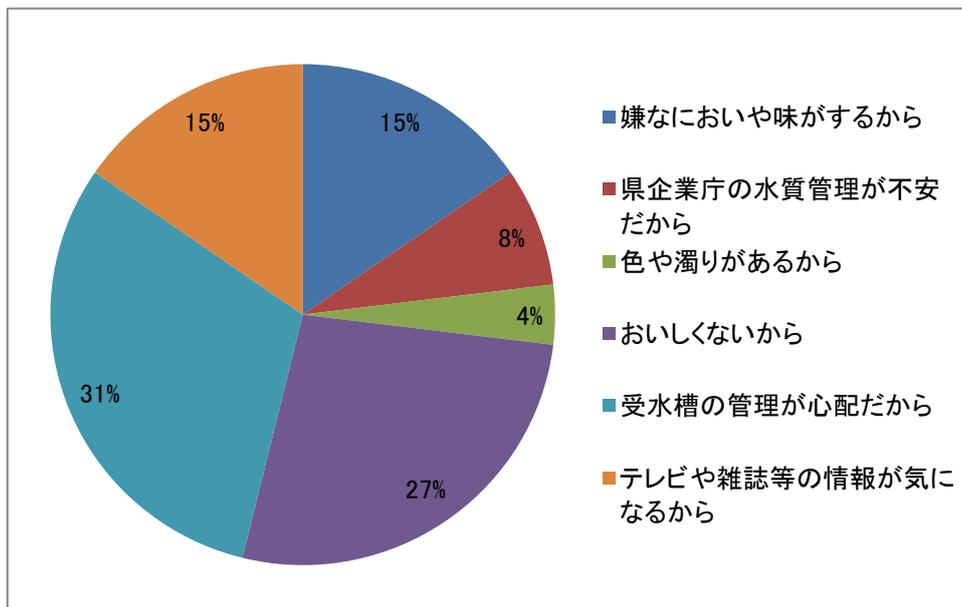


年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
嫌なにおいや味がしないから	1	1	5	2	12	2	0
県企業庁で水質管理を行っているから	1	3	12	5	11	14	2
色や濁りが無いから	1	0	1	0	0	1	0
おいしいから	0	0	0	0	0	0	0
利用していて問題がないから	1	1	3	3	3	3	1
総計	4	5	21	10	26	20	3

(4-2) 不安または浄水器を使用する理由

回答対象：(4)で「不安だと思う」または「浄水器等を使用すれば安心」と回答した方26名
 「不安または浄水器を使用する理由を、あなたの考えに近いものをお選びください。」

受水槽の管理が心配だからと答えた人が8名(31%)と最も多く、おいしくないからと答えた人が7名(27%)となった。



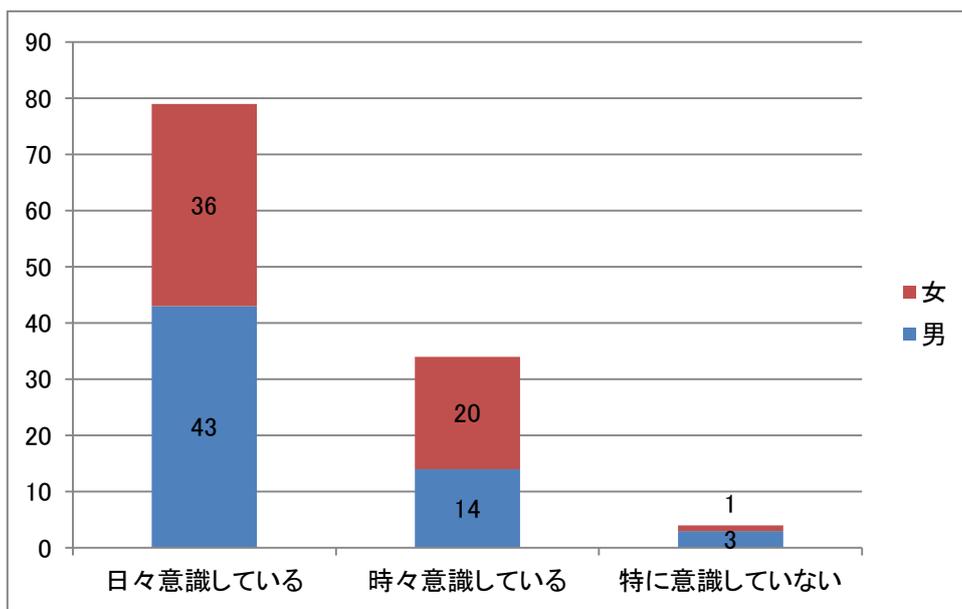
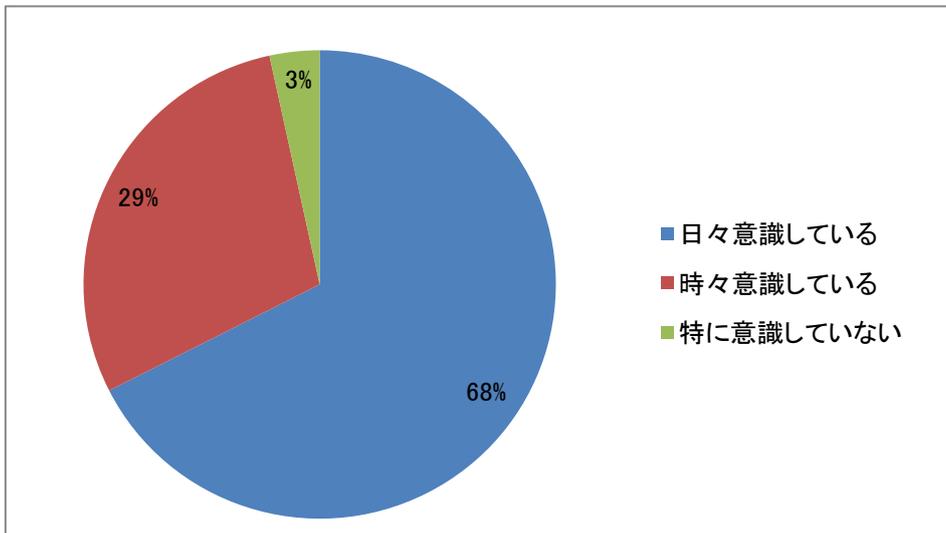
年代別	～ 20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
嫌なおいや味がするから	0	0	1	1	2	0	0
県企業庁の水質管理が不安だから	0	0	0	0	2	0	0
色や濁りがあるから	0	1	0	0	0	0	0
おいしくないから	1	0	2	2	1	1	0
受水槽の管理が心配だから	1	1	0	3	3	0	0
テレビや雑誌等の情報が気になるから	0	1	1	0	2	0	0
総計	2	3	4	6	10	1	0

<節水行動について>

(5) 節水意識

「ご家庭で節水を意識して生活していますか。」

意識している方は113名（97%）とほぼ全ての方が節水を意識していると回答した。

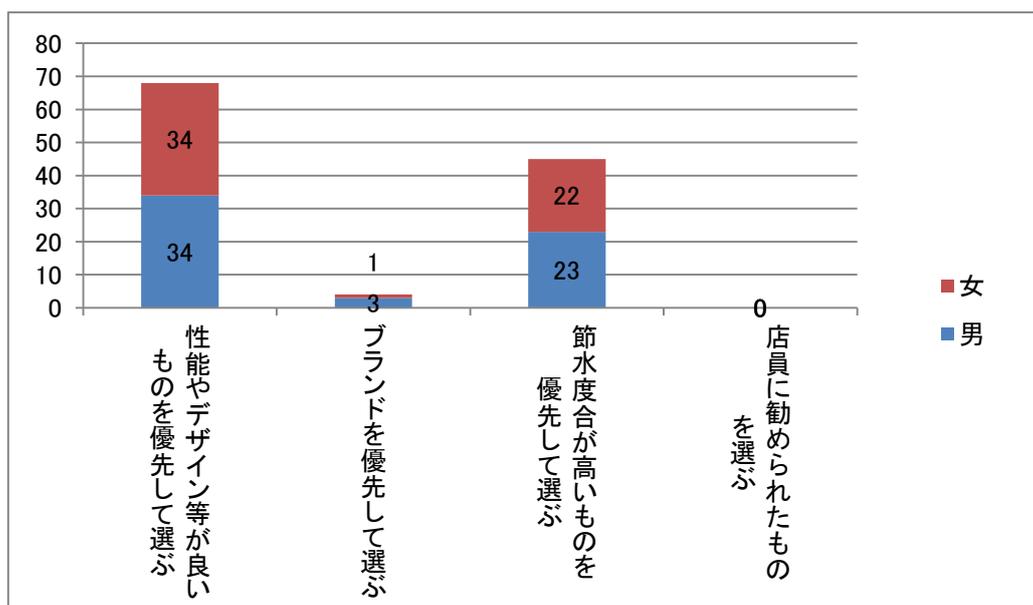
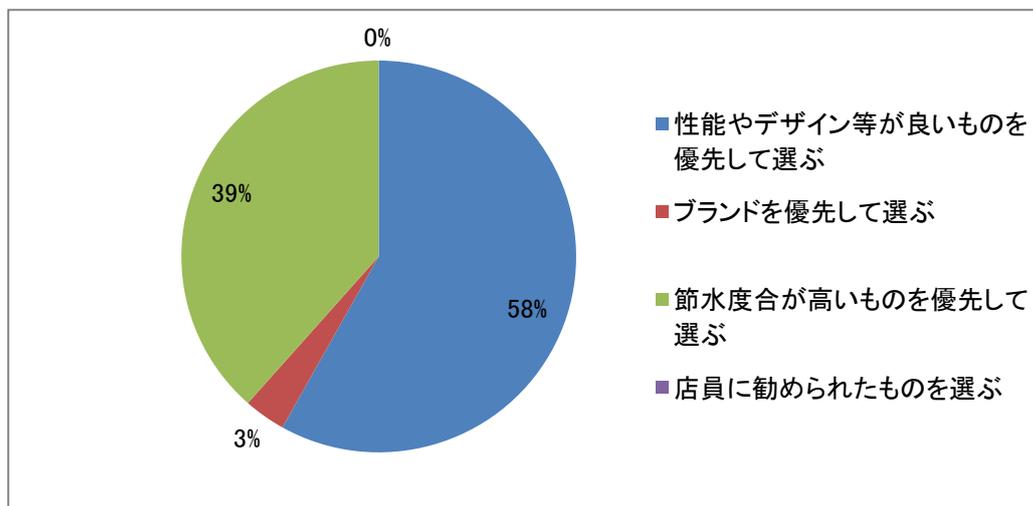


年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
日々意識している	3	6	18	10	22	16	4
時々意識している	4	3	9	5	9	4	0
特に意識していない	0	2	0	1	1	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

(6) 家電・機器の買い替えについて

「ご家庭で水道を使用する家電・機器の買い替えを行う時、価格以外の事で、何を優先して選びますか。」

性能やデザインを優先して選ぶと回答した人が 68 名 (58%) と最も多く、節水度合が高いものを優先すると回答した人は 45 名 (39%) となった。

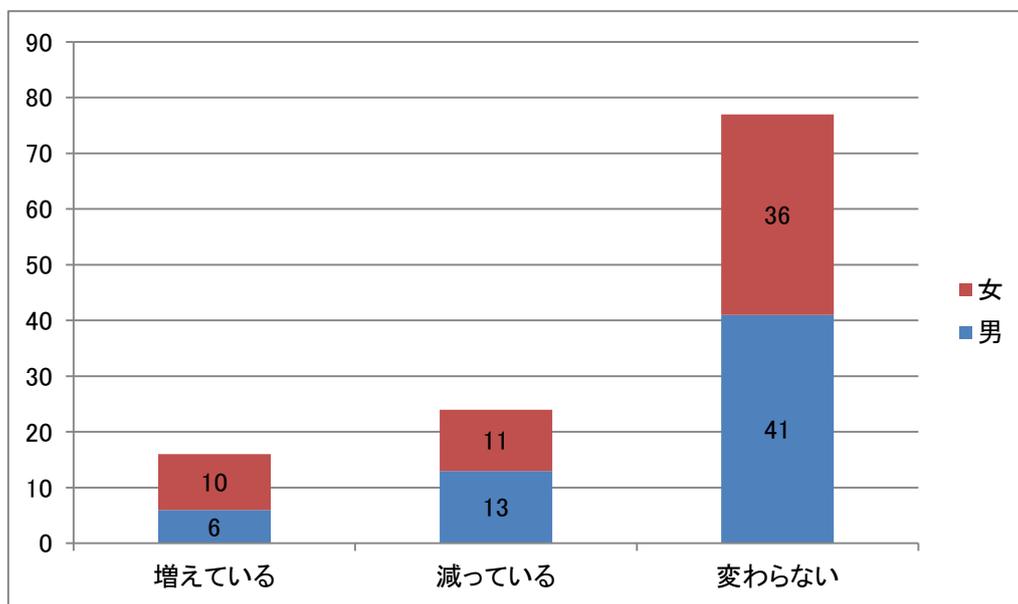
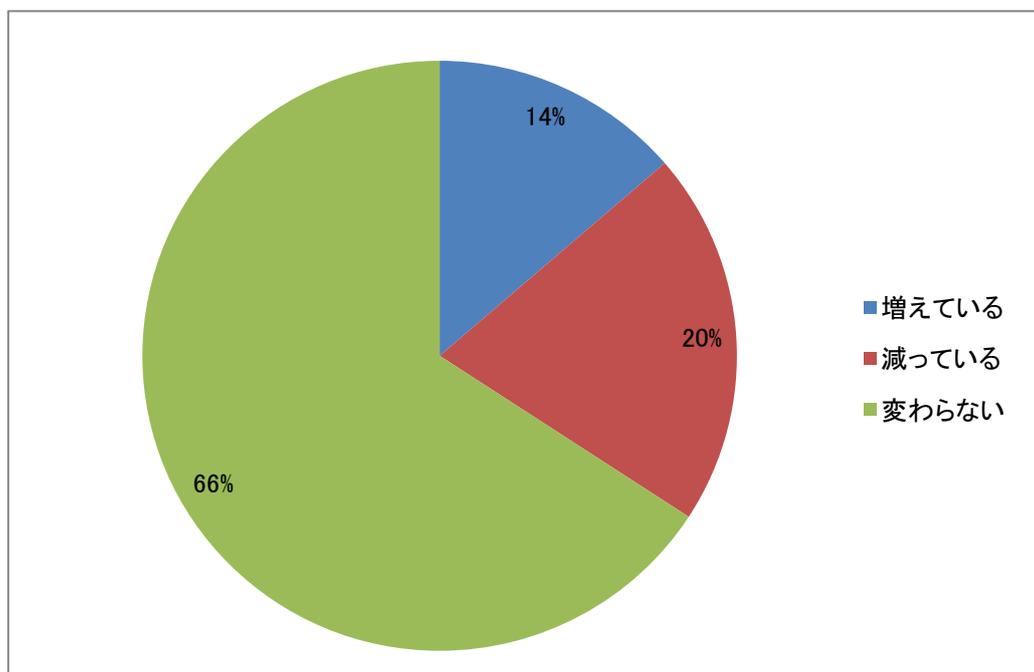


年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
性能やデザイン等が良いものを優先して選ぶ	5	8	17	10	14	11	3
ブランドを優先して選ぶ	0	1	1	0	0	2	0
節水度合が高いものを優先して選ぶ	2	2	9	6	18	7	1
店員に勧められたものを選ぶ	0	0	0	0	0	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

(7) 水道使用量の昨年との比較

「昨年と比較した際、ご家庭での水道使用量に変化はありましたか。」

変わらないと回答した人が 77 名 (66%) と最も多く、減っていると回答した人は 24 名 (20%)、増えていると回答した人は 16 名 (14%) となった。



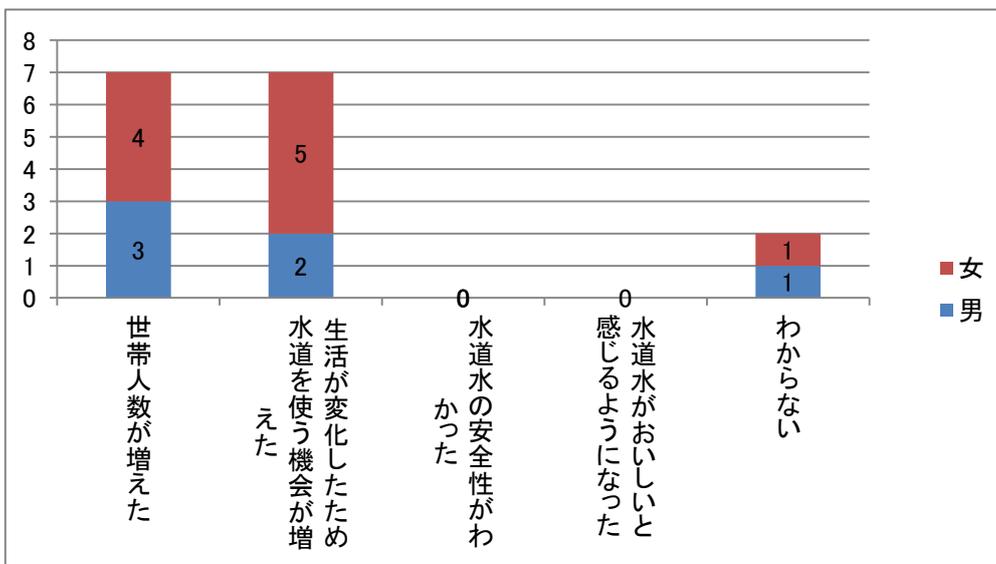
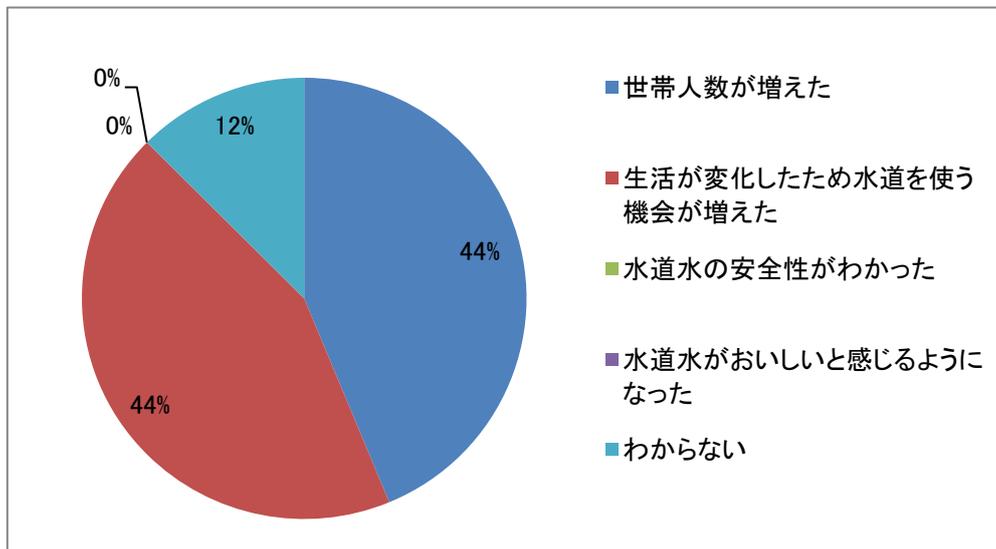
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
増えている	2	5	2	2	3	1	1
減っている	2	1	3	3	8	5	2
変わらない	3	5	22	11	21	14	1
総計	7	11	27	16	32	20	4

(7-1) 水道使用量が増加した理由

回答対象：(7)で「増えている」と回答した人16名

「水道使用量が増加した理由について考えられる理由をお選びください。」

世帯人数の増加と生活環境の変化の回答者数がどちらも7名(44%)となった。



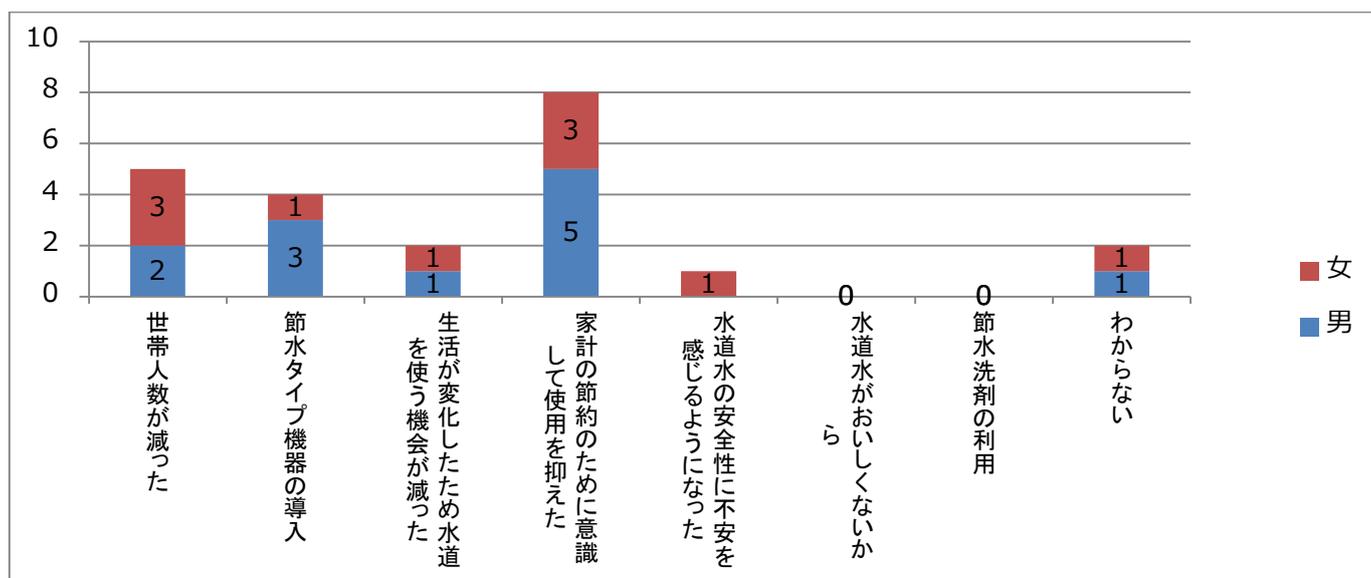
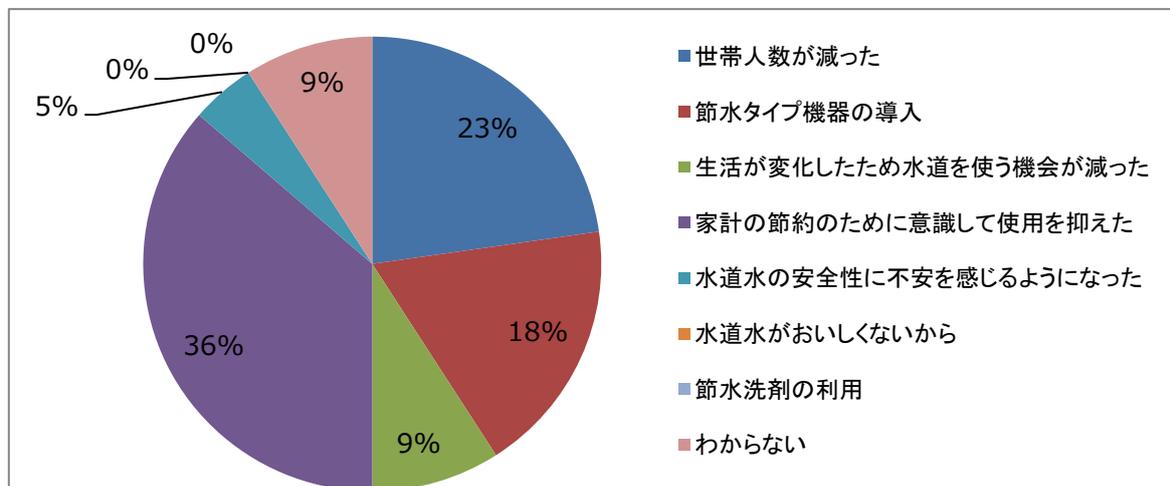
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
世帯人数が増えた	0	3	0	1	1	1	1
生活が変化するため水道を使う機会が増えた	2	2	1	1	1	0	0
水道水の安全性がわかった	0	0	0	0	0	0	0
水道水がおいしいと感じるようになった	0	0	0	0	0	0	0
わからない	0	0	1	0	1	0	0
総計	2	5	2	2	3	1	1

(7-2) 水道使用量が減少した理由

回答対象：(7)で「減っている」と回答した人24名中22名(2名無回答)

「水道使用量が減少した理由について考えられる理由をお選びください。」

家計の節約のために意識して使用を抑えたと回答した人が8名(36%)と最も多かった。

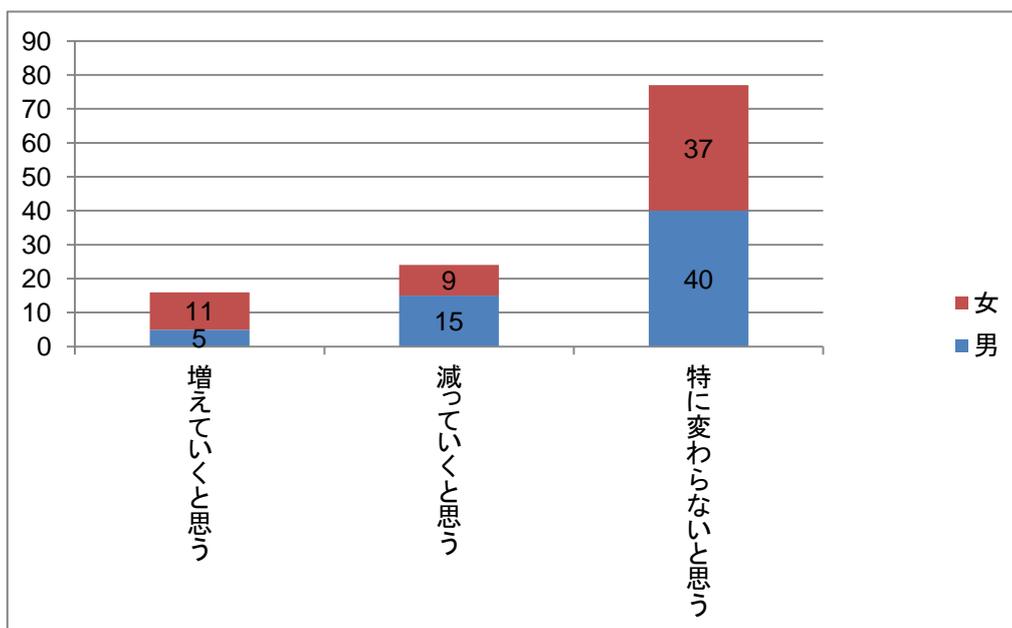
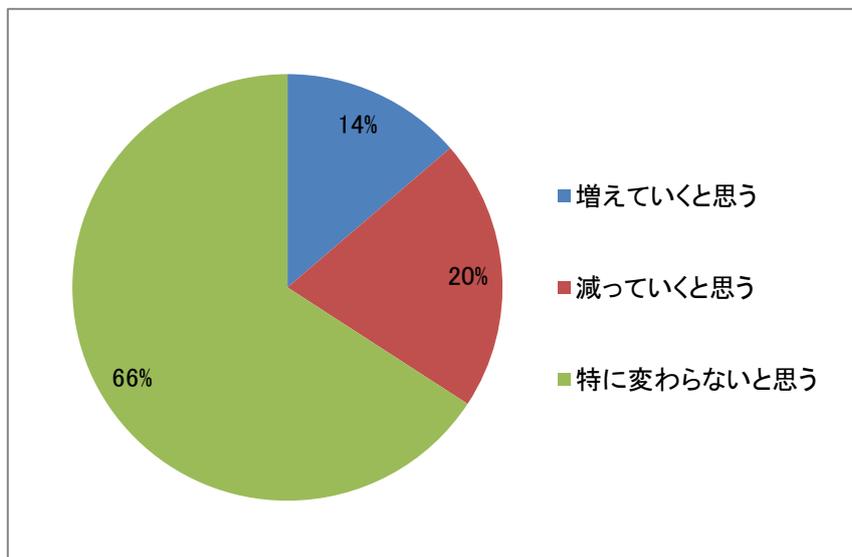


年代別	~20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
世帯人数が減った	0	0	0	1	2	1	1
節約タイプ機器の導入	1	0	0	1	2	0	0
生活が変化したため水道を使う機会が減った	0	0	0	1	1	0	0
家計の節約のために意識して使用を抑えた	0	0	2	0	3	3	0
水道水の安全性に不安を感じるようになった	0	1	0	0	0	0	0
水道水がおいしくないから	0	0	0	0	0	0	0
節水洗剤の利用	0	0	0	0	0	0	0
わからない	0	0	1	0	0	0	1
総計	1	1	3	3	8	4	2

(8) 今後の水道使用量について

「今後のご家庭での水道使用量についてどのように変化していくと思いますか。」

変わらないと思うと回答した人が 77 名 (66%) と最も多く、順に、減っていくと思うと回答した人が 24 名 (20%)、増えていくと思うと回答した人が 16 名 (14%) となった。



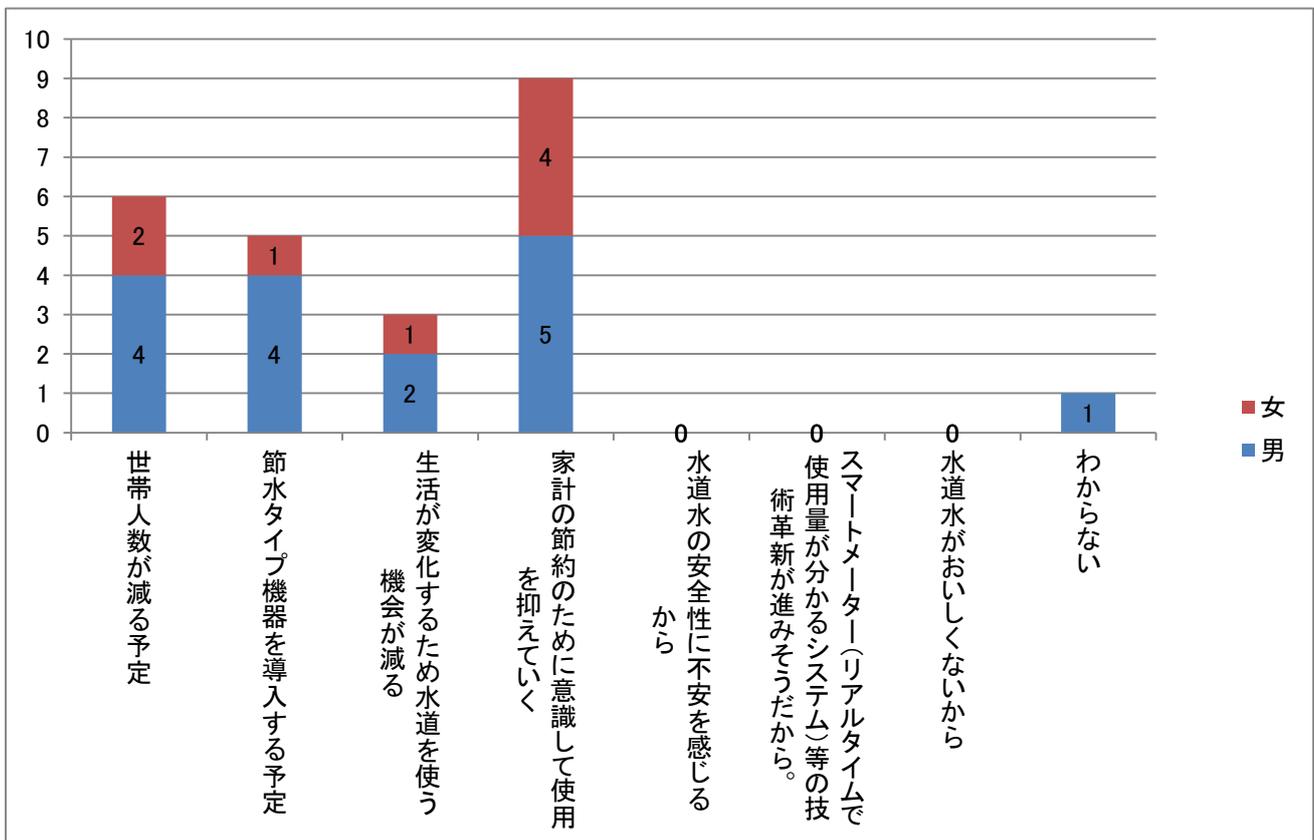
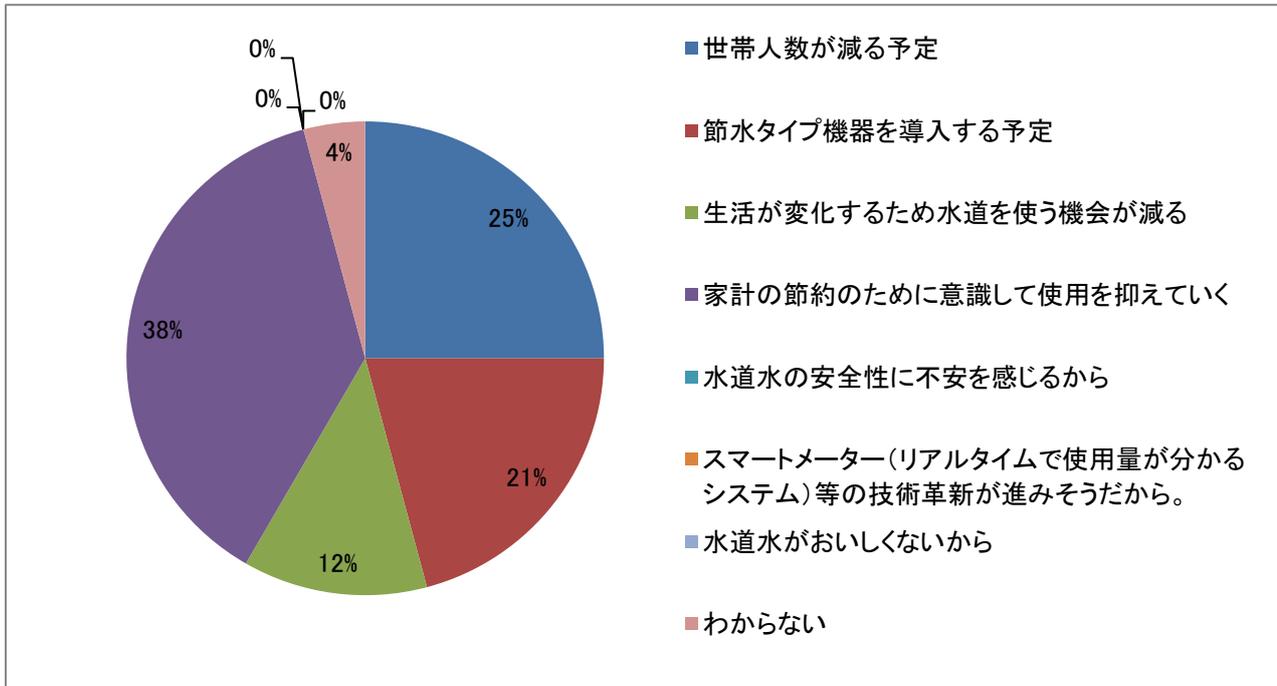
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
増えていくと思う	1	2	10	0	3	0	0
減っていくと思う	2	0	0	6	8	8	0
特に変わらないと思う	4	9	17	10	21	12	4
総計	7	11	27	16	32	20	4

(8-1) 水道使用量が減少する理由

回答対象：(8)で「減っていくと思う」と回答した方24名

「水道使用量が減少する理由について考えられる理由をお選びください。」

家計の節約のために意識して使用を抑えていくと回答した人が9名(38%)と最も多くなり、世帯人数の減少が6名(25%)、節水タイプ機器の導入を予定していると回答した人が5名(21%)となった。



年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
世帯人数が減る予定	1	0	0	2	1	2	0
節水タイプ機器を導入する予定	1	0	0	1	3	0	0
生活が変化するため水道を使う機会が減る	0	0	0	1	1	1	0
家計の節約のために意識して使用を抑えていく	0	0	0	1	3	5	0
水道水の安全性に不安を感じるから	0	0	0	0	0	0	0
スマートメーター（リアルタイムで使用量が分かるシステム）等の技術革新が進みそうだから。	0	0	0	0	0	0	0
水道水がおいしくないから	0	0	0	0	0	0	0
わからない	0	0	0	0	1	0	0
総計	2	0	0	5	9	8	0

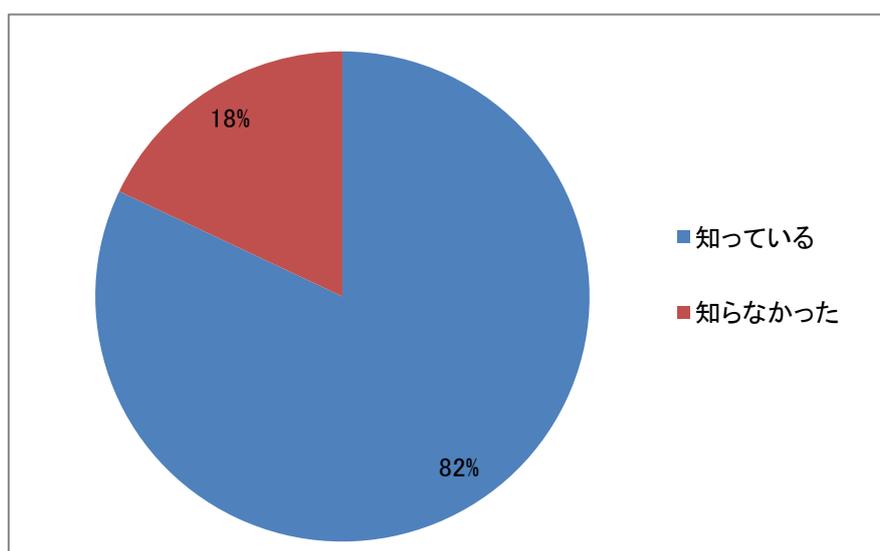
※増加すると考えられる理由については、本アンケートでは項目を設けていない。

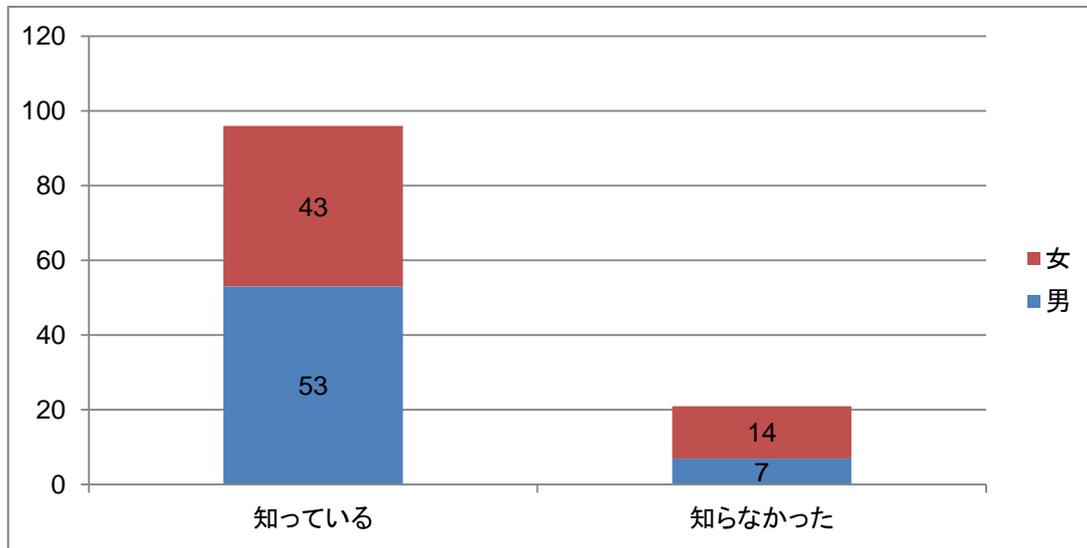
<水道の施設整備について>

(9) 老朽管の更新についての認知度

「地中に埋設された水道管にも耐用年数があり、老朽化により漏水や管の破裂等を引き起こすため、新しい水道管に交換していかなければならないことを知っていますか。（水道管の耐用年数は埋設されている土地の状況にもよりますが、およそ60年くらいです。）」

知っていると回答した人が96名（82%）、知らなかったと回答した人が21名（18%）となり、多くの方が更新の必要性を知っていることがわかった。30代のみ知らなかったと回答した人が、知っていると回答した人よりも多かった。



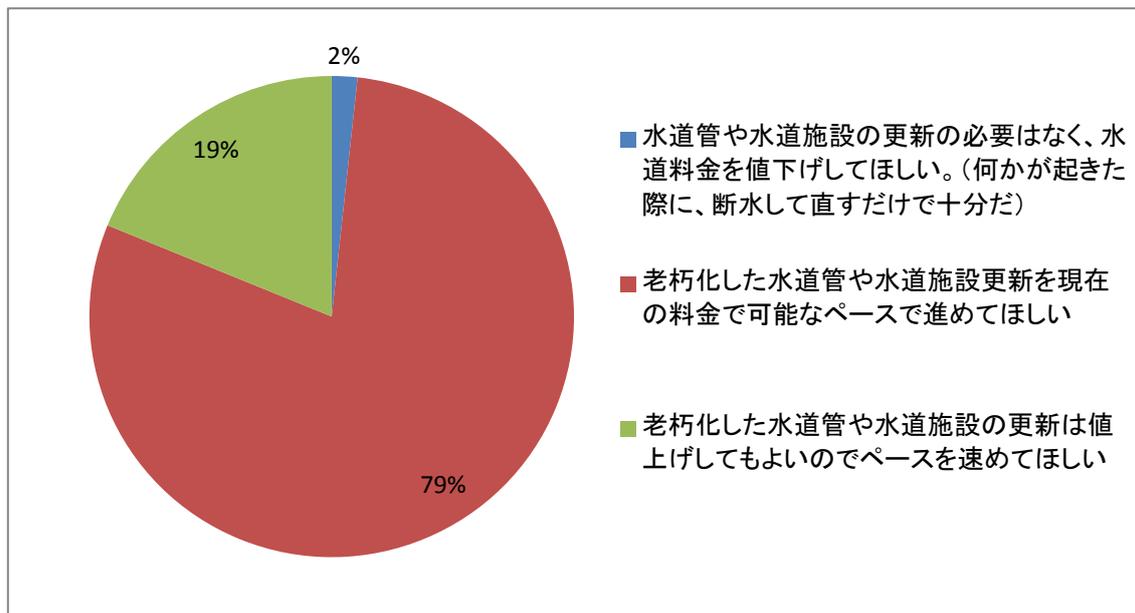


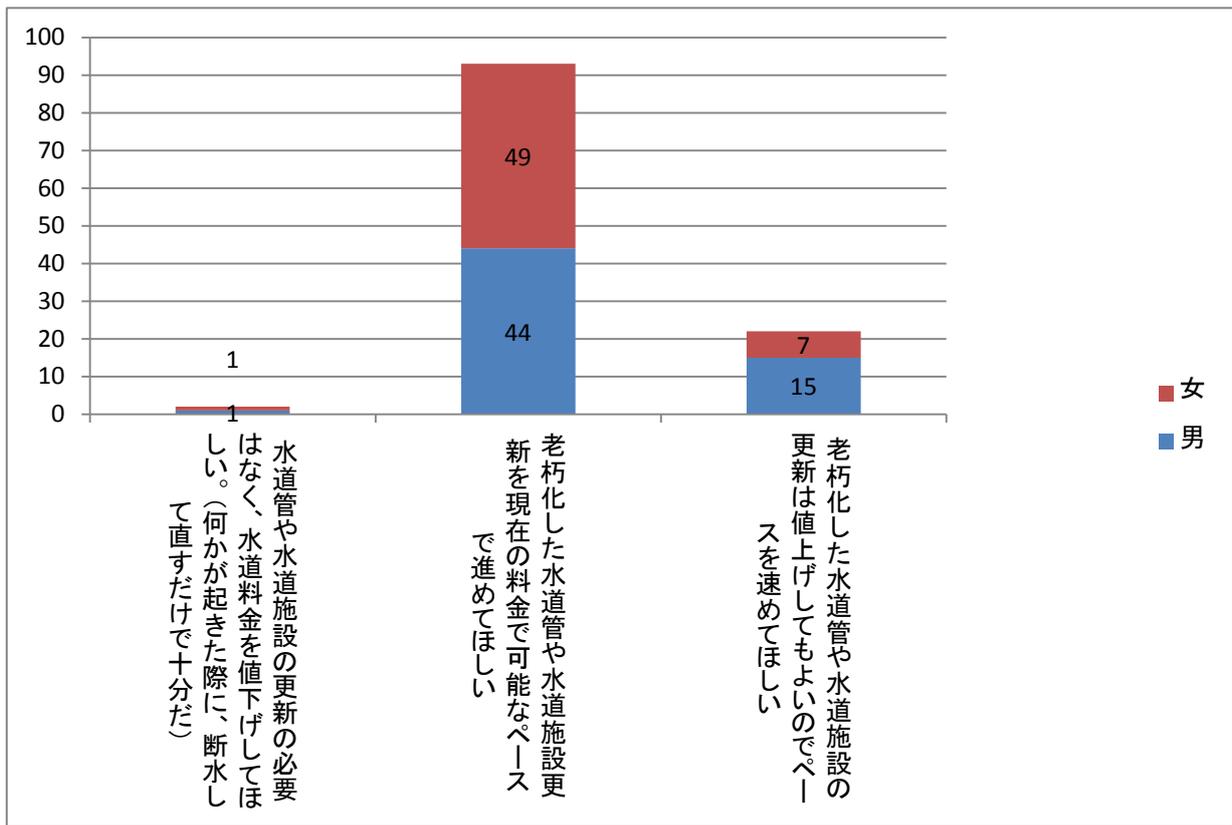
年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
知っている	4	4	23	12	29	20	4
知らなかった	3	7	4	4	3	0	0
総計	7	11	27	16	32	20	4

(10) 老朽管の更新についての考え

「県営水道では東日本大震災においても被害の少なかった耐震継手管を採用し、老朽化した水道管を更新していますが、水道管や水道施設の更新には、今後多額の費用が掛かることが予想されます。あなたの考えに近いものを一つお選びください。」

現在の料金で可能なペースで更新を進めてほしいと回答した人が最も多く、93名（79%）となった。また、水道料金を値上げしてもよいので更新のペースを速めてほしいと回答した人は23名（19%）、水道料金の値下げを優先してほしいと回答した人は2名（2%）となった。値上げをしてもよいので更新のペースを速めてほしいと回答した割合が高かったのは70代となった。





年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
水道管や水道施設の更新の必要はなく、水道料金を値下げしてほしい。(何か起きた際に、断水して直すだけで十分だ)	0	0	0	1	1	0	0
老朽化した水道管や水道施設更新を現在の料金で可能なペースで進めてほしい	6	8	22	14	28	12	3
老朽化した水道管や水道施設の更新は値上げしてもよいのでペースを速めてほしい	1	3	5	1	3	8	1
総計	7	11	27	16	32	20	4

<首都圏 NEW!水道水キャンペーンについて>

本キャンペーンは、生活の中でいつでも使うことができる水道水の大切さについて、知っていただくことを目的としています。首都圏8つの水道事業者*が連携をして行っています。

今年度は「ど根性ガエル」をイメージキャラクターとしたポスターを8水道事業者が共同で作成し、首都圏を走る鉄道車両への掲出を始め、都県域を越えた広報活動を行っています。

(実施水道事業者*…東京都水道局、神奈川県企業庁、茨城県水道局、埼玉県水道局、千葉県水道局、横浜市水道局、川崎市上下水道局、さいたま市水道局)

東京都水道局からの依頼で、本キャンペーンの認知度等についてのアンケートを、本アンケート内で実施しました。

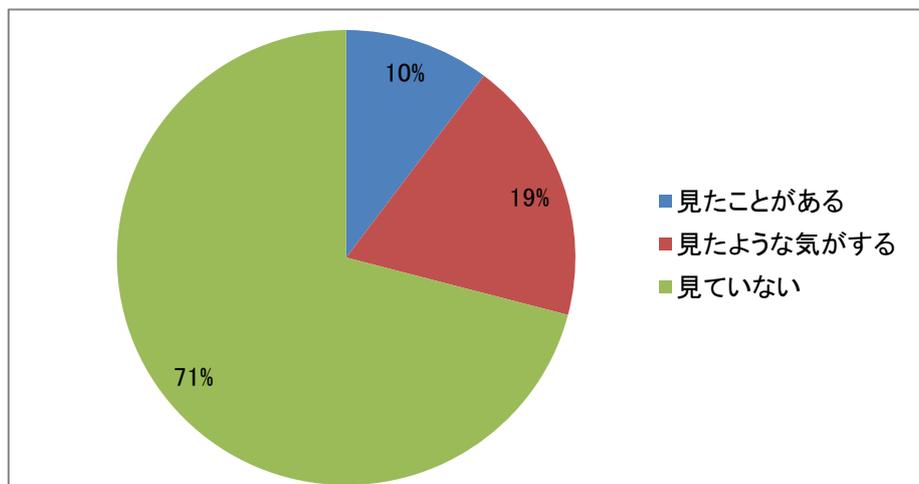
(1) キャンペーンポスターの認知度

「このキャンペーンポスターを見たことがありますか。」

参照ページ：<http://www.pref.kanagawa.jp/prs/p928147.html>

(平成27年6月30日 記者発表資料)

「見たことがある」または「見たような気がする」と回答した人は34名(29%)にとどまり、見ていないと回答した人は83名(71%)となった。



性別	男	女	総計
見たことがある	9	3	12
見たような気がする	12	10	22
見ていない	39	44	83

年代別	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
見たことがある	1	0	1	2	4	3	1
見たような気がする	2	5	4	3	3	4	1
見ていない	4	6	22	11	25	13	2

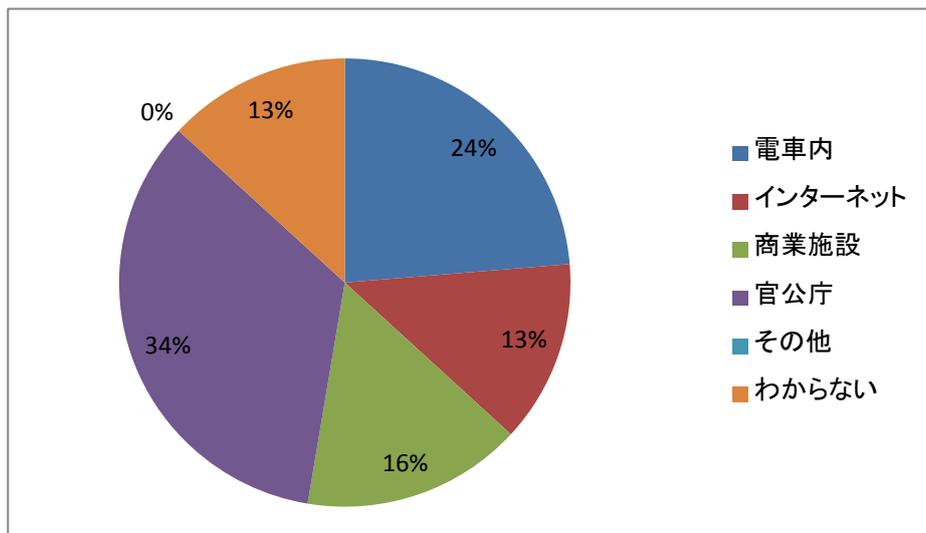
(1-1) ポスターを見た場所について

回答対象：(1)で「見たことがある」「見たような気がする」と回答した人34名
 「どこで見かけましたか。(複数回答可)」

官公庁と答えた人が最も多く、13名(34%)となった。また、電車内と回答した9名(24%)について、何線で見たかを併せて聞いたところ、小田急線と答えた人が4名、東海道線が2名、横浜線および東急東横線で見たと答えた人が各1名となった。

電車内	9
インターネット	5
商業施設	6
官公庁	13
その他	0
わからない	5

東海道線	2
小田急線	4
横浜線	1
東急東横線	1

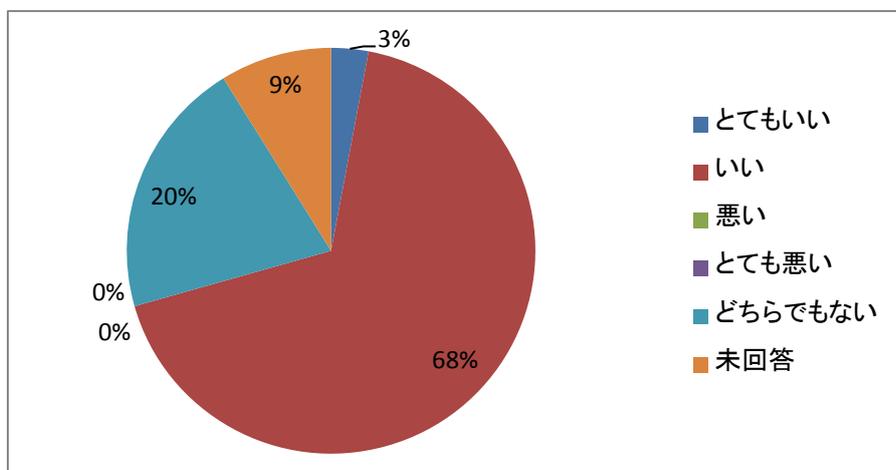


(1-2) ポスターを見る前の水道水に対する印象

「ポスターを見る前までの水道水に対するイメージはどうでしたか。」

「とてもいい」「いい」と回答した人が24名(71%)と最も多く、「悪い」「とても悪い」と回答した人はいなかった。

とてもいい	1
いい	23
悪い	0
とても悪い	0
どちらでもない	7
未回答	3

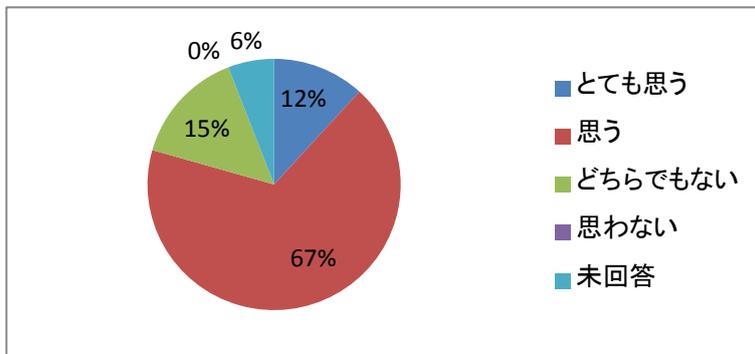


(1-3) ポスターの印象について

「好感が持てるポスターだったと思いますか。」

「とても思う」「思う」と回答した人が 27 名 (79%) と最も多く、思わないと回答した人はいなかった。

とても思う	4
思う	23
どちらでもない	5
思わない	0
未回答	2

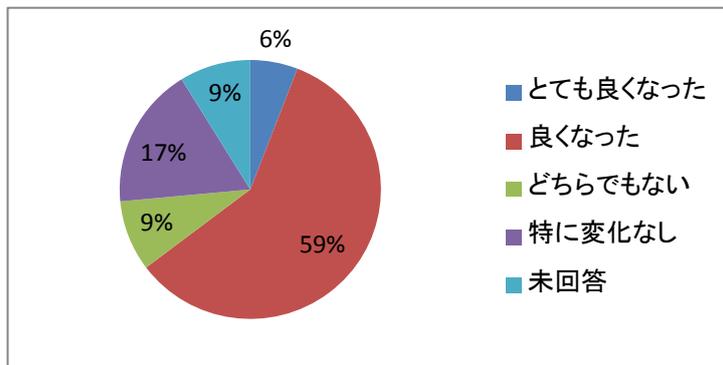


(1-4) 水道水に対する印象の変化

「このポスターを見て水道水に対するイメージが良くなりましたか。」

「とても良くなった」「良くなった」と回答した人が 22 名 (65%) と最も多かった。

とても良くなった	2
良くなった	20
どちらでもない	3
特に変化なし	6
未回答	3

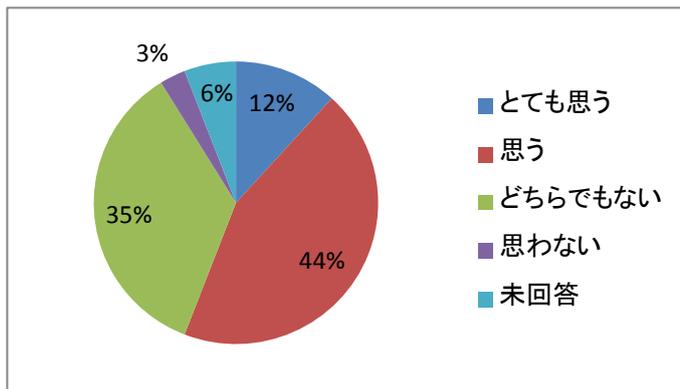


(1-5) 水道水の直接飲用への印象の変化

「このポスターを見て水道水を飲んでみようと思いましたか。」

「とても思う」「思う」と回答した人が 19 名 (56%) と最も多くなった。

とても思う	4
思う	15
どちらでもない	12
思わない	1
未回答	2

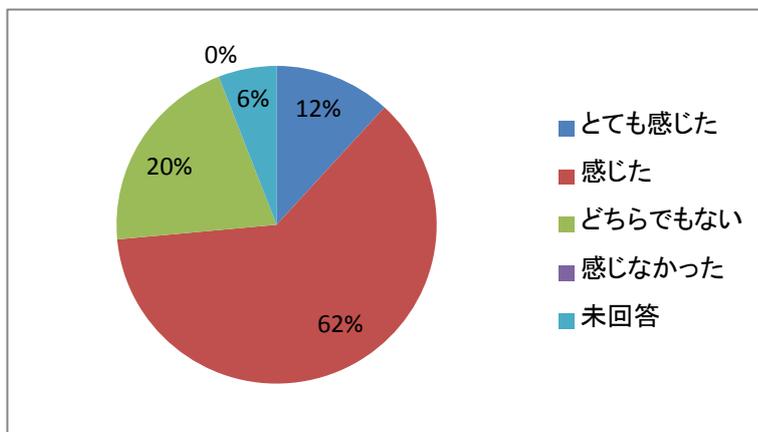


(1-6) 水道水の安全性についての印象の変化

「このポスターを見て水道水が安全だと感じましたか。」

「とても感じた」「感じた」と回答した人が 25 名（74%）と最も多く、感じなかったと回答した人はいなかった。

とても感じた	4
感じた	21
どちらでもない	7
感じなかった	0
未回答	2

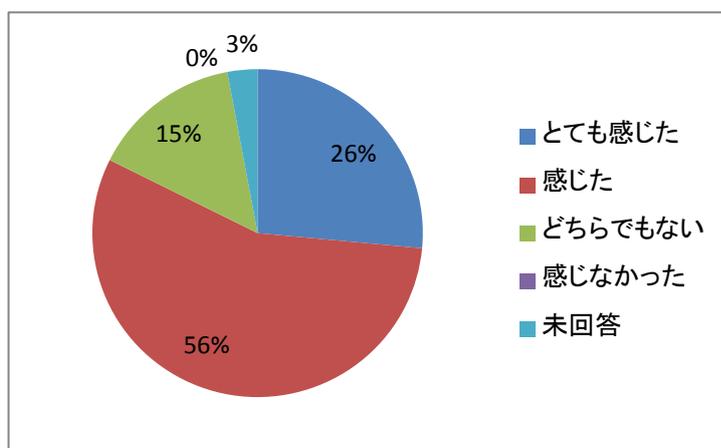


(1-7) 水道水の大切さについての印象の変化

「このポスターを見て生活の中でいつでも使うことができる水道水の大切さを感じましたか。」

「とても感じた」「感じた」と回答した人が 28 名（82%）と最も多く、感じなかったと回答した人はいなかった。

とても感じた	9
感じた	19
どちらでもない	5
感じなかった	0
未回答	1



(2) 自由意見

■ 広報の手法に関する意見

- ・ 普段電車利用していないので分かりませんでした。バスや地下道でも PR してはどうでしょうか。
- ・ 電車に乗らない人等への周知が必要
- ・ 熱意ある取り組みでよいと思う。ただ公共交通機関を使う人が限られており、またその方たちが 水道について考える機会がある方たちとは異なるような気がする。（サラリーマン・学生など）主婦層が目にする場所にもあったほうがよいのではないかな。
- ・ 見たような気がする程度で、残念ながら内容までは記憶していません。もう少し長い期間、しつこく、派手にやっても良かったのではないかな。大切な事だから。

- ・ポスターを小中学校にも配布し、子供にも広めた方が良いのではないか

■ポスターに関する意見

- ・親しみのあるキャラクターで好感が持てるし、水道の安全性と大切さをアピールできると思います。
- ・わざわざ「ど根性ガエル」をイメージキャラクターとして 使用した意味はあったのでしょうか？ もっと最近のアニメ等のキャラクターでもよかったのではないかな？ と思いました。
- ・ぴょん吉がかわいい
- ・水道水の安全性がインパクトにイラスト入りで説明してあり、好感がもてた。しかし、首都圏水道局の文字がもう少し大きく表示されていれば何の広告か分かりやすい。最初に、ぱっと見て飲料メーカーのポスターだと思った。
- ・丁度 TV で、ど根性ガエルのドラマを放送していたので、時期として良かったと思います。
- ・安全な水が、生活の一番近くにあることが分かる。飲んでも安全で美味しいことも、もっとアピールできたら良いかと思った。
- ・最近ドラマをやっているからかもしれませんが、ちょっと世代が古く、今の時代には馴染みがないような気がします。
- ・訴える力が弱いようにも感じます。もっとインパクトがあってもいいように思います。無難すぎるかもしれません。
- ・今話題のど根性ガエルなので、皆に興味を持ってもらえて良いと思う。
- ・子どもにもわかりやすそうだし、アニメのキャラクターを使っていることで興味を持ちそう。
- ・何でこんなふざけたキャラクターを使うのかわからない。親しみを持ってもらうにしても、生真面目でなくても良いが、もっと他にあるだろうと思う

■その他

- ・安全性感じました。
- ・水道水が安全なことをPRするにはとてもよいことだと思う。
- ・県の堺を越えた連携した活動は大変良いと思います。
- ・いろいろな努力をして、いろいろな角度から水道水について宣伝していることがわかった。
- ・安心安全を消費者がわかりやすく理解できるようにこういったキャンペーンを続けていったほうがよいと思う。
- ・啓発活動に良いキャンペーンと思います。
- ・キャンペーンの趣旨が、イマイチ分からない。